

Organe des Marketing-Clubs Bergisch Land e.V.

Der Vorstand:

Vok Dams, Präsident
Dr. Andreas Kletzander, Geschäftsführer
Silke Asbeck, Programm
Norbert Brenken, Finanzen
Stefan Heinz, Marketing
Bettina Hoppmann, Mitglieder/Junioren
Prof. Dr. Tobias Langner, Wissenschaft, Lehre, Forschung
Dieter Lübcke, Ehrenpräsident

Der Beirat:

Doris Andernach-Schröder
Knut Artz
Dr. h.c. Josef Beutelmann
Andreas Feicht
Thomas Kappler
Jürgen Knorr
Ralf Putsch
Andreas Martin
Horst Rogusch
Petra aus dem Siepen
Friedhelm Sträter

Geschäftsstelle:

Gudrun Jarosch
Beethovenstraße 18a
42115 Wuppertal

Telefon: 0202 – 6 93 94 96
Telefax: 0202 – 6 93 94 95
info@mc-bergisch-land.de
www.mc-bergisch-land.de

Mitgliedspreise (in Euro):

Externe Gäste:	40,-
ehe- bzw. Lebenspartner von Mitgliedern:	20,-
Junioren (bis 35 Jahre):	20,-

incl. Imbiss & Getränke
Anmeldung unbedingt erforderlich!

Fotografie Titel: Sigurd Steinprinz



**Marketing-Club
Bergisch Land e.V.**

Jahresprogramm 2012



Marketing in der Verantwortung

Liebe Clubfreunde, sehr geehrte Damen und Herren,

die Erstellung des Jahresprogramms ist immer wieder eine spannende Aufgabe. So fragen wir Ihre Interessen ab, prüfen die Mischung zwischen Theorie und Praxis, versuchen eine Klammer, einen thematischen „roten Faden“ als Leitlinie zu finden und machen uns Gedanken über den inhaltlichen Anspruch und die Qualität und Attraktivität unserer Referate und Referenten.

Dass uns hier in den letzten Jahren eine gute Mischung gelungen ist, zeigen Ihre Reaktionen, die wachsende Zahl der Teilnehmer an unseren Clubveranstaltungen und nicht zuletzt die vielen Gäste, die wir als potentielle Neumitglieder

bei unseren Veranstaltungen begrüßen konnten.

Ein besonderer Dank gilt deshalb den „Machern“. Unseren Mitgliedern, die uns ihre Ideen weiter geleitet haben, dem Programmausschuss, der die Themen entwickelt und konkretisiert hat und besonders unserem Clubmitglied Silke Asbeck, die im Vorstand die Verantwortung für das Programm 2012 übernommen hat.

Erstmals realisieren wir einen Teil unserer Clubabende im kommenden Jahr in den neuen Seminarräumen der Bergischen Universität Wuppertal. In einem engen Austausch zwischen Theorie und Praxis wollen wir die Zusammenarbeit mit der Universität, der Schumpeter School of Business and Economics und dem

Lehrstuhl für Marketing im Interesse unserer Mitglieder intensivieren.

Das Leitthema dieses Jahres ergab sich dabei fast von selbst. Immer drängender wird die Frage nach der Verantwortung der Unternehmen für ihre Produkte, ihre Kunden und unsere Umwelt. Marketing wird damit zu einer Schlüsseldisziplin bei der Bewertung und Vermittlung zukunftsorientierter Unternehmensstrategien.

Ein Thema, das wir von unterschiedlichen Seiten beleuchten und diskutieren werden. Seien Sie dabei, wenn wir über unsere Zukunft und die Zukunft unserer Unternehmen sprechen. Wir freuen uns auf Sie.

Vok Dams
Präsident



Der Vorstand des Marketing-Club Bergisch Land e.V.:
Dieter Lübecke (Ehrenpräsident), Bettina Hoppmann, Stefan Heinz, Vok Dams, Prof. Dr. Tobias Langner, Silke Asbeck, Dr. Andreas Kletzander, Norbert Brenken (v.l.n.r.)



Nachhaltigkeit und verantwortungsvolle Unternehmensführung

Nicht nur durch die Nuklearkatastrophe von Fukushima, die Ölpest im Golf von Mexiko und die tiefgreifende Krise des Euro stellte sich im gerade vergangenen Jahr die Frage nach zukunftsfähigen, nachhaltigen Formen des Wirtschaftens. Auch das zunehmende Bewusstsein für die Endlichkeit fossiler Energieträger und der berechtigte Zweifel an einem immerwährenden monetär ausgerichteten Fortschritt verlangen nach neuen Lösungen. Nicht zu vergessen die rasant wachsende Zahl psychischer Erkrankungen bei Mitarbeitern. Gefragt ist ein Konzept für verantwortliches Unternehmertum mit dem Ziel eines tragfähigen Wirtschaftswachstums und sicheren Arbeitsplätzen.

Der Marketing-Club Bergisch Land möchte sich mit dem Schwerpunkt „Nachhaltigkeit“ in seinem

Programm 2012 der Verantwortung stellen, die auch wir Marketing-Fachleute für eine positive Auswirkung der Wirtschaft auf unsere Gesellschaft tragen. Dabei geht es zum Beispiel um Energie- und Materialeffizienz, um Klimaschutz, um den Erhalt von Trinkwasser, um den ganzheitlichen Ansatz von Produktdesign und um den achtsamen Umgang mit den „Human Resources“, den Menschen. Bundesweit stattfindende Energiekongresse, die Elektromobilia in Köln, hochrangige Veranstaltungen zu Biotechnologie und Programme zur Gesundheitsförderung und psychischen Unterstützung von Mitarbeitern sind weitere Schritte auf diesem langen Weg. Eine große Chance des Marketing liegt auch darin, diese Schritte in den Unternehmen zu initiieren. Nachhaltiges Wirtschaften sowie die Schaffung

verlässlicher, langlebiger Produkte entsprechen möglicherweise ja dem Wunsch unserer Kunden, die wir mit den neuen Lösungen binden können.

Ein im wahrsten Sinne des Wortes „ausgezeichnetes“ Beispiel für nachhaltige Markenführung ist die GEPA. Bei der Verleihung des Deutschen Nachhaltigkeitspreises im November 2011 würdigten die Laudatoren das Wuppertaler Unternehmen als „Europas größte Marke des Fairen Handels“. Nach der Sommerpause wird Ihnen Thomas Speck als Geschäftsführer der GEPA sein Marketingkonzept vorstellen.

Mit diesem spannenden Jahresprogramm und kompetenten Referenten möchte der Marketing-Club Bergisch Land seine Mitglieder und



Gäste anregen, sich an der brisanten Diskussion um die nachhaltige Entwicklung unserer Wirtschaft und Gesellschaft zu beteiligen.

Petra aus dem Siepen

**19. Januar 2012**

18.00 Uhr

Green Design – Innovationstreiber oder Modeerscheinung?

Referenten: **Dr. Franz-Georg Simon**,
Bundesanstalt für Materialforschung
und -prüfung (BAM)
Prof. Martin Topel,
Bergische Universität Wuppertal,
FB Industrial Design
Marco Müller,
Leiter Marketing / PR
Radium Lampen GmbH

Ort: Berg. Universität Wuppertal
Gebäude K, Ebene 11, Raum 11.10

23. Februar 2012

18.30 Uhr

Die neuen Werte der 18-25jährigen in Zeiten von Dschungelcamp, Facebook und Hirschgeweih

Referent: **Prof. Dr. Claudius Schmitz**,
Fachhochschule Gelsenkirchen

Ort: Berg. Universität Wuppertal
Gebäude K, Ebene 11, Raum 11.10

15. März 2012

18.30 Uhr

Das Phänomen Tupperware – Erfolgsrezepte einer Kultmarke

Referent: **Dr. Michael Raffel**, Director B2B
und Business Development

Ort: Tupperware BZH Heedt GmbH,
Remscheid

19. April 2012

18.30 Uhr

Haaner Felsenquelle – Natürlich aus der Region

Referenten: **Helmut und Gabriele Römer**,
Geschäftsführer Haaner Felsenquelle

Ort: Haaner Felsenquelle, Haan

10. Mai 2012

18.30 Uhr

Grüner Strom – Wann rechnet sich Nachhaltigkeit?

Referent: **Andreas Feicht**, Vorsitzender der
Geschäftsführung WSW Wuppertaler
Stadtwerke GmbH

Ort: WSW Wuppertaler Stadtwerke GmbH

21. Juni 2012

18.30 Uhr

Marketing Open: Offen für alles

Ort: N.N.

23. August 2012

18.30 Uhr

GEPA – Der erfolgreiche Weg einer nachhaltigen Marke

Referent: **Thomas Speck**, Geschäftsführer GEPA

Ort: GEPA, Wuppertal

**20. September 2012**

18.30 Uhr

Behavioral Branding – Stärkung der Marke durch Mitarbeiterverhalten

Referent: Professor Dr. Tim Oliver Brexendorf,
WHU – Otto Beisheim School of
Management

Ort: Berg. Universität Wuppertal
Gebäude K, Ebene 11, Raum 11.10

23. Oktober 2012

18.30 Uhr

Die Bergischen Löwen – Spitzenhandball als Imagefaktor für die Region

Referent: Stefan Adam, Geschäftsführer BHC
Marketing GmbH

Ort: N.N.

15. November 2012

18.30 Uhr

Nachhaltige Produktion und Wohlstands-entwicklung – (k)ein Widerspruch?

Referenten: Hermann E. Ott,
Bundestagsabgeordneter
Bündnis 90/Die Grünen
Dr. Christa Liedtke,
Gruppenleiterin Wuppertal Institut,
Forschungsgruppe 4
Nachhaltiges Produzieren
und Konsumieren

Ort: Wuppertal Institut, Wuppertal

1. Gemeinsame Interessen

Der Marketing-Club Bergisch Land ist der Berufsverband des Marketing-Managements des Bergischen Landes mit den Städten Remscheid, Solingen und Wuppertal.

2. Qualität als Anspruch

Im Mittelpunkt steht der intensive, branchenübergreifende Erfahrungsaustausch mit qualitativ anspruchsvollen Vorträgen und Fachdiskussionen auf unseren Clubveranstaltungen sowie die praxisorientierte Weiterbildung in Marketing- und Managementfragen.

3. Vielseitige Branchen

Geprägt ist der Club durch eine gesunde Mischung von Mitgliedern aus bergischen Traditionsunternehmen, aufstrebenden Start-ups, multinationalen Konzernen, führenden Dienstleistungsunternehmen und anderen „hidden champions“.

4. Interessante Gesprächspartner

Mitglieder sind Unternehmer, Vorstandsmitglieder, Geschäftsführer, Marketing- und Vertriebsdirektoren, Verkaufsleiter, leitende Mitarbeiter von Unternehmensberatungen, Werbeagenturen und Marktforschungsunternehmen.

5. Kompetenz der Bergischen Wirtschaft

Den Mitgliedern bieten wir an Clubabenden die Gelegenheit, sich qualifiziert fortzubilden und mit gleichgesinnten Berufskollegen wertneutral und branchenübergreifend Marketingthemen zu besprechen. Sie profitieren bei Vorträgen, Diskussionen und Seminaren von einem reichhaltigen Clubprogramm, das Theorie und Praxis verbindet. Vorschau und Rückblick auf die Clubveranstaltungen werden in unserer Clubzeitschrift „Marketing-Mix“ und auf unserer Website veröffentlicht.



6. Spannende Locations: Marketing „vor Ort“

Unsere Clubveranstaltungen finden an verschiedenen Orten in interessanten Locations und in unterschiedlichen Unternehmen statt. Mitglieder können exklusiv einen Blick „hinter die Kulissen“ von Mitgliedsunternehmen werfen und „vor Ort“ mit den Marketing-Verantwortlichen diskutieren. Berichte über Veranstaltungen, Diskussionen und Referate finden unsere Mitglieder im „Marketing-Mix“ und auf unserer Homepage www.mc-bl.de. Dort gibt es auch Hinweise auf das Jahresprogramm und die nächsten Veranstaltungen.

7. Gesellschaftliche Veranstaltungen

Sonderveranstaltungen sind fester Bestandteil unseres Clublebens und fördern über den fachlichen Austausch die persönlichen und sozialen Kontakte.

8. Club-Programm ein Jahr im Voraus

Das Jahresprogramm erscheint jeweils zu Beginn des neuen Clubjahres, so dass rechtzeitig interessante Veranstaltungen im Terminkalender vorgemerkt werden können. Das breit gefächerte und ausgewogene Clubprogramm ist jeweils auf ein aktuelles Thema ausgerichtet

9. Fachzeitschrift „absatzwirtschaft“

Im Clubbeitrag sind die besonders günstigen Abonnementgebühren für die monatlich erscheinende, größte deutsche Fachzeitschrift für Marketing enthalten.

10. Günstiges Preis-Leistungsverhältnis des Jahresbeitrages

Der Jahresbeitrag unseres Clubs beinhaltet zahlreiche Fortbildungsabende mit qualifizierten Referenten, „Marketing vor Ort“-Veranstaltungen und den monatlichen Bezug der absatzwirtschaft.



Er beträgt 250,00 EUR. Für Junioren wird ein reduzierter Beitrag in Höhe von 125,00 EUR erhoben. Der Marketingclub ist ein anerkannter Berufsverband – die Mitgliedsbeiträge sind steuerlich absetzbar. Darüber hinaus werden günstige Firmenmitgliedschaften angeboten, die interessierten Unternehmen die Gelegenheit geben, eine praxisorientierte Weiterbildung ihrer Mitarbeiter zu fördern und zu unterstützen.

11. Kontakt zu Hochschulen

Unser Club hält enge Kontakte zu Professoren der Marketing-Fakultäten der Bergischen Universität.

12. Deutscher Marketing-Verband (DMV): Mitglied in 66 Clubs

Der Marketing-Club Bergisch Land gehört mit ca. 200 Mitgliedern zu den großen Clubs in Deutschland. Unter dem Dach des Deutschen Marketing-Verbandes DMV haben sich derzeit 66 Clubs zu einem Netzwerk mit über 13.000 Mitgliedern zusammengeschlossen. Jedes Mitglied des Marketing-Club Bergisch Land ist zur kostenlosen Teilnahme an Veranstaltungen aller übrigen Clubs berechtigt. Informationen über die Arbeit aller Clubs werden regelmäßig in der Zeitschrift absatzwirtschaft veröffentlicht. Alle Veranstaltungstermine werden auf der Homepage des DMV veröffentlicht.

Premiumsponsoren in 2012

